



IL CROWDFUNDING PER LA CULTURA, TRA FUNDRAISING E MARKETING

COMUNICATO STAMPA

Convegno giovedì 23 febbraio 2017- ore 10.00
Roma, Associazione Civita, Sala Gianfranco Imperatori
Piazza Venezia, 11

Anche grazie all'Art Bonus – misura di incentivazione fiscale introdotta dal Mibact nel 2014 e resa permanente dalla legge di Stabilità del 2016 – si è tornato a parlare nel nostro Paese di mecenatismo culturale. **In quest'ambito, si sta delineando un nuovo donatore 3.0 che usa il web come canale per effettuare donazioni, anche di piccole somme, mostrandosi sempre più partecipe alla vita culturale della comunità**, un tempo stimolato, in prevalenza, da cause sociali o umanitarie.

In tale contesto, oltre al mondo delle produzioni artistiche, **anche il settore culturale in senso stretto**, tradizionalmente sostenuto dalla mano pubblica e rappresentato in particolare dalle organizzazioni legate alla conservazione e alla valorizzazione del patrimonio, **guarda con crescente interesse al crowdfunding: uno strumento capace di coniugare il fundraising con forme di partecipazione e condivisione di progettualità spesso innovative.**

Metterne in luce le concrete potenzialità, evidenziando tanto gli elementi di forza quanto i fattori critici e di rischio, è l'obiettivo del convegno **“Il crowdfunding per la Cultura, tra fundraising e marketing”**, promosso dall'Associazione Civita, previsto per giovedì 23 febbraio 2016 alle ore 10.00 presso la Sala Gianfranco Imperatori della stessa Associazione.

Moderato da Marilena Pirrelli, giornalista di ArtEconomy24-Il Sole 24Ore, l'incontro sarà occasione per presentare il volume **“Il crowdfunding nel settore culturale e creativo”**, realizzato dal Centro Studi dell'Associazione Civita e edito da Marsilio Editori, dedicato al tema del crowdfunding artistico-culturale e volto a diffonderne la conoscenza e la prassi.

Se, dunque, ad oggi, il crowdfunding culturale è oggetto di particolare interesse, **fra addetti ai lavori, progettisti e creatori di piattaforme di raccolta fondi, non sempre si riscontra un livello di conoscenza dello strumento e una consapevolezza circa le strategie più efficaci da adottare nei singoli casi** tale da trasformare questo “fenomeno alla moda” in un reale ed efficiente canale di finanziamento alternativo – e non solo complementare – rispetto al contenuto pubblico.

Senza alcun intento celebrativo ma con l'obiettivo di registrarne la sua significativa diffusione e di incentivarne l'utilizzo corretto, **l'indagine condotta da Civita rileva che il crowdfunding costituisce un'autentica opportunità per tutti gli operatori del settore culturale: da un lato, i promotori dei progetti dispongono di un canale di finanziamento e commercializzazione aggiuntivo** rispetto a quelli di promozione pubblici tradizionali; dall'altro, **i promotori culturali, grazie alle piattaforme di crowdfunding e alla loro natura di “collettrici di idee”, possono contare su un quadro d'insieme interessante riguardo ai progetti che vengono via via lanciati.**

Quale modello di finanziamento dal carattere partecipativo, il crowdfunding, infine, **favorisce l'interazione fra i promotori di un progetto ed un vasto pubblico di individui interessati ed attenti**, consentendo loro, oltre che di prendere parte al finanziamento della cultura, di accompagnare attivamente lo sviluppo di un progetto culturale e di **maturare, in tal modo, una**

maggiore e più ampia consapevolezza in merito alle modalità con cui contribuire a dare nuovo slancio all'industria del settore.

Come testimoniano gli esperti e i rappresentanti di alcune fra le principali piattaforme e campagne del settore che interverranno in occasione dell'incontro, **il crowdfunding, oltre che una puntuale ed efficace strategia di comunicazione digitale, presuppone una base solida nelle comunità che intende coinvolgere: gruppi di individui consapevoli e uniti su obiettivi e modalità attraverso le quali perseguirli.**

Affinché il ruolo della politica culturale non esca depotenziato è, dunque, necessario che sappia cogliere le nuove sfide che le si prospettano: *in primis*, **garantire investimenti stabili laddove fallisce il mercato e sono in gioco beni collettivi** e, al contempo, **far spazio all'innovazione "dal basso" e all'iniziativa dei privati** creando un contesto normativo adeguato alle reali esigenze su fronti caldi, quali il sistema degli incentivi fiscali a favore del mecenatismo culturale o la tutela del diritto d'autore.

Il crowdfunding nel settore culturale e creativo

Venezia, 2017 Marsilio Editori. Pgg. 156+tavole a colori

PROGRAMMA

SALUTI

Gianni Letta, Presidente Associazione Civita

INTRODUCE

Emmanuele Francesco Maria Emanuele, Vice Presidente Associazione Civita

MODERA

Marilena Pirrelli, giornalista ArtEconomy24- Il Sole24Ore

Proiezione intervista Ivana Pais, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

PRESENTAZIONE RICERCA CIVITA

Alfredo Valeri, Responsabile attività di ricerca Centro Studi Associazione Civita

INTERVENGONO

Angelo Rindone, Fondatore e CEO Produzioni dal basso

Jessica Tanghetti, Fondatrice e CEO BeArt

Marcella Logli, Direttore TIM Corporate Shared Value e Direttore Generale Fondazione TIM-*WithYouWeDo*

Andrea Albanese, Social Media Marketing e Digital Communication advisor

Mauro Felicori, Direttore Reggia di Caserta - *La Reggia Collection*

Antonio Augugliaro, Editor e regista - *Io sto con la sposa*

Costanza Zaino, Responsabile crowdfunding Fondazione Michelucci - *Innesto creativo*

Sarà distribuita copia del volume edito da Marsilio Editori

Sarà possibile seguire l'evento tramite gli account di Facebook e Twitter di Civita con l'hashtag #CROWDFUNDING4ART

Ufficio Stampa Associazione Civita

Rachele Mannocchi

tel. 06 692050307 e-mail mannocchi@civita.it - www.civita.it